

한국 중앙 일간지의 독자투고 특성 연구:

1997년~2009년 조선일보, 동아일보, 한겨레를 중심으로*

조아라** · 이건호***

본 연구는 한국의 주요 일간지가 오피니언 면을 만든 1990년대 후반부터 약 10년을 분석 기간으로 삼아, 조선일보·동아일보·한겨레 등 3개 중앙 일간지 독자투고의 내용, 투고자 특성, 피드백 기능 유무에 따른 독자투고의 특성을 분석했다. 그 결과, 우리나라 독자투고가 단순히 개인적인 불만이나 피해를 토로하는 공간에서 다양한 이슈에 대한 독자들의 의견이 표현되는 공간으로 변화하고 있음이 확인됐다. 비록 독자투고에서 거론되는 이슈가 아직 사회와 경제 등 전통적인 내용을 많이 다루기는 하지만 미디어·문화·스포츠 등의 영역으로까지 그 범위가 확대되고 있었다. 더불어 이 기간 동안 투고자 중 전문가 및 사회단체 소속 독자들이 늘어나고, 특정 기사에 대한 반응을 명기함으로써 피드백 기능을 확실히 한 내용의 투고들이 증가하고 있었다. 이와 같은 변화는 여론 형성을 위한 공간으로써 독자투고의 질적 측면이 향상되고 있다는 해석을 가능하게 했다. 하지만 투고자의 거주 지역이 수도권에 크게 편중된 것으로 나타나, 독자투고란 운영방침 변화 등 다양한 지역 의견을 확보하기 위한 매체의 노력이 필요할 것으로 보인다.

주요개념: 독자투고, 오피니언면, 여론, 접근권, 피드백

1. 문제제기

신문은 수용자에게 매일 정보를 제공하는 대표적 핵심 매체다. 텔레비전에 대한 정보 의존율이 높아지고 인터넷이 새로운 정보원으로 떠오르고는 있지만, 여전히 신문은 정보전달과 여론 형성의 중추적 역할을 한다(송용희, 2004). 미국의 퓨 리서치 연구소는 ‘2010 뉴스 매체 현황 보고서’를 통해 사회 의제를 형성하는 것은 전통 미디어 뉴스라는 연구 결과를 내놓으면서, 정보 전달자로서 신문 매체의 기능을 강조했다(김수정, 2010). 한국은 이런 신문을 G20 국가 중 인구 대비 두 번째로 많이 발행하는 나라다(박용범, 2010). 우리나라에서 신문이 차지하는 위상을 보여준다.

위와 같은 위치에 있는 국내 신문의 대외적 편집 방침은 독자와의 쌍방향성을 높이는 쪽으로 변해왔다. 1990년대부터 대다수 신문들이 수용자와의 대화 확대를 추구하면서 독자 참여가 가능한 지면도 늘어났는데, 그 중 대표적인 것이 독자투고란이다(김용길, 1994; 유제철, 2001; 황종택, 2002). 학자들은 공공의 관심사에 대해 독자들의 대화와 참여를 활성화시키는 것이 언론의 의무라고 했고(Rosen, 1993), 신문의 공론장 역할을 담당하는 독자투고란의 중요성을 강조했다(Hynds, 1992). 대중 참여 저널리즘 시대를 맞아, 독자들이 읽기만 하는 것이 아니라 제작에 직접 참여하는 신문으로 나아가고 있다는 점에서 여론 형성을 위한 의견 광장으로서의 독자란의 무게는 더해진다고 할 수 있다(정상현, 1988).

독자투고란은 또한 기사에 대한 피드백을 통해 언론의 영향력과 편향성을 견제하는 역할도 한다

* 이 논문은 조아라의 석사학위논문(2011)을 재구성하고 수정·보완한 것입니다.

** 이화여자대학교 언론홍보영상학부 석사(onepisec@naver.com)

*** 이화여자대학교 언론홍보영상학부 조교수(buildsky@ewha.ac.kr, 교신저자)

(Raeymaeckers, 2005). 독자투고는 인쇄 매체의 피드백 과정을 향상시키는 가치 있는 도구인 것이다. 쌍방향 매체의 출현과 더불어 참여와 표현의 문화가 활성화되면서 온·오프라인에서 시민들의 의견 개진은 더욱 늘어나고 있으며(구교태, 2009), 이는 다양하고 적극적인 의사소통을 갈구했던 수용자들에게는 반가운 변화라고 할 수 있다. 하지만 이런 현상에도 불구하고, 아직도 큰 영향력을 발휘하는 신문의 수용자 피드백 반영 노력과 관련, 신문 독자투고에 대한 국내의 실증적 연구는 활발하게 이뤄지지 않는 것으로 보인다. 국내에서 학문적 관점으로 신문 독자투고를 다룬 연구들은 주로 석사학위논문들이며, <신문과 방송>과 같은 잡지에서 이루어지는 비평적 성격의 글이 대부분인 것으로 파악된다.

이와 같은 문제의식을 바탕으로, 본 논문은 한국의 주요 일간지가 오피니언 면을 만든 1990년대 후반부터 약 10년을 분석 기간으로 삼아, 한국 신문 독자투고의 내용적 특성과 투고자의 특성 그리고 이러한 특성의 변화 방향을 살펴본다. 또한 같은 측면에서 피드백 기능을 담고 있는 투고와 그렇지 않은 투고의 차이도 확인해 보고자 한다. 이를 통해 여론 형성의 기반을 구축하고 언론의 보도 내용에 대한 독자들의 피드백을 제공한다는 저널리즘 기능을 우리나라 독자투고란이 어떻게 수행하고 있는지 점검하는 것이 목적이다.

2. 문헌연구

1) 한국 독자투고란의 역사

독자들에게 투고를 적극 권유하고 이를 지면에 꾸준히 반영했던 국내 최초의 신문은 1896년 창간된 독립신문이다(채백, 2006). 이전의 한성순보와 한성주보는 독자투고를 권장하거나 이를 지면에 반영하는 일에 적극적이지 않았다. 독립신문의 독자투고는 논설란과 잡보란에 게재되었는데 논설란에는 주로 국민계몽과 같은 해설적이고 교육적인 투고가, 잡보란에는 탐관오리나 관리들의 부정부패를 고발하는 투고가 주를 이루었다. 독립신문에서 투고들은 기사원으로도 효과적으로 활용됐고 당시 여러 지역, 여러 계층의 독자들이 투고를 통해 적극적으로 지면에 참여했다(박용규·정연구·유선영·문철수, 1996). 개화기엔 1904년 창간된 대한매일신보가 독자투고를 적극적으로 게재하는 대표 매체였다(김영희, 2009). 이 신문은 발행 당시부터 ‘기서’라는 특별광고를 꾸준히 게재하면서 독자투고에 관한 방침을 알렸다. 기서의 내용은 일본의 실질적 지배를 비판하며 국권회복을 위한 국민 각성을 촉구한 내용이 가장 많았다. 1920년에 창간한 조선일보와 동아일보 역시 다양한 제하의 독자투고란을 운영했으며, 이후 여타 신문들도 간간이 이에 동참해왔다(강신철, 2001). 해방 후, 1960년대에 들어서는 신문사들이 독자들의 비평에 관심을 가지게 되어, 자사의 기사에 대한 의견을 게재하는 독자란을 만들기 시작했다. 한국일보는 1964년에 ‘한국일보에 한마디 한다’와 ‘독자 모니터제’를 실시하였고(한국일보사사 편찬위원회, 1974), 1979년 동아일보는 ‘나의 신문평’이라는 신문 비평란을, 조선일보는 1981년부터 ‘조선일보를 읽고’라는 신문 비평란을 만들었다(강신철, 2001).

독자투고가 현재와 같은 수준으로 관심을 끌게 된 것은 한겨레, 국민일보, 세계일보 등 1988년 이후 창간된 신생 매체들이 여론매체부, 기획특집부 등에 독자투고 담당기자를 두고 독자의 소리에

귀를 기울이면서 부터로 정리된다(윤숙희, 1995). 1980년대 후반 증면 조치와 1989년 카르텔 체제의 해체는 신문사들이 자율경쟁체제로 돌입하는 배경이 됐고, 신문사들은 독자 유치를 위해 독자투고를 지면으로 끌어들이는 노력을 하게 된 것이다(강신철, 2001). 이러한 변화는 독자를 단순한 신문 소비자가 아니라 주체적 참여자로 인식하면서 시작되었다고 볼 수 있다(조정진, 1993). 90년대에 들어서는 뉴스 해설면 곳곳에 게재되던 독자란이 외부기고, 칼럼 등과 함께 한 면에 등장하게 된다(유종현, 1998). 주로 ‘오피니언 면’이라고 불리는 이 지면은, 신문사 의견, 전문가 기고 등과 함께 독자 의견을 게재하고 있으며, 이는 독자들의 의견을 중시하는 신문 편집상의 의식 변화를 보여준다고 할 수 있겠다. 독자투고란의 역사를 비추어 볼 때, 한국의 독자투고란은 신문사가 독자의 주체적인 참여를 강조하고 독자 의견의 중요성을 인정하는 방향으로 변화해왔다고 할 수 있다.

2) 독자투고의 기능 및 한계

(1) 접근권의 실현

접근권(The Right of Access)은 매스 미디어를 소유하지 않는 일반인이 의견이나 주장을 알리기 위해 대중매체에다가 그것을 이용하는 권리다(팽원순, 1979). 접근권을 국민을 위한 법적 권리로 인식시킨 사람은 언론법학자 제롬 베런(Jerrome Barron)이다. 이은희(1994)에 따르면, 베런은 정부 개입만 없으면 사상의 자유 시장이 저절로 존재한다는 전제를 비판했다. 일반인들은 대중매체로부터 받는 정보에 대해 그들의 생각을 알리려 해도 매스 미디어와 같은 강력한 발표수단을 갖지 못한다. 따라서 국민들은 매스미디어가 전하는 메시지의 단순 수용자로 머물게 되고, 언론에 의해 걸러진 의견 범주 안에서 반응할 수밖에 없다(조정진, 1993). 즉 매스미디어의 산업이 거대화·독점화되는 환경에서 매체 소유주나 관련자에게만 표현의 자유가 부여될 위험이 있다는 것이다. 현대 미디어 산업의 높은 진입장벽은 개인 표현의 자유가 실질적 언론 자유로 연결되지 못하는 구조를 만든다(강신철, 2001). 이와 같은 배경 아래 베런은 미국 수정헌법 제 1조가 보장하는 자유는 언론 소유주 등 소수의 자유가 아니라 일반 대중의 자유이라고 결론내리며, 국민의 알 권리(Right to Know)뿐 아니라 의견이 전달될 권리(Right to be Heard)도 중시돼야 한다고 주장했다(Barron, 1967). 즉 접근권은 일반 대중의 표현 권리를 위임받은 언론이 다양한 소리를 제공하는 토론장의 기능을 하지 못하는 것을 견제하고, 일반 대중의 참여를 보장하는 법적 근거라고 할 수 있다.

접근권의 구체적인 내용에는 의견광고, 반론권, 독자투고 등이 있다(팽원순, 1979). 의견광고는 국민이 자신의 생각을 알리기 위해 대금을 지불하고 신문 지면이나 방송 시간을 사용하는 것이다. 이는 금액을 지불해야 한다는 점에서 경제적 능력이 없는 사람은 이용하기 어렵다는 단점이 있다. 반론권이란 찬반으로 나뉠 수 있는 공적 이슈가 있을 때, 혹은 매체가 어느 한 쪽에 대해 불공정한 보도를 했다는 견해를 가질 때 매체를 통해 자신의 의견을 표현할 수 있도록 매체가 지면이나 시간을 제공해야 한다는 것이다(우병동·임양준, 2006). 또 매체 보도로 인해 피해를 입은 사람이 이에 대한 반대 의견을 미디어에 요구할 수 있는 권리이기도 하다. 반론권은 언론의 부실기재나 언론을 통한 피해 구제를 명예훼손과 같은 강제적인 방법이 아니라 대항적인 언론행위로 해결하려는 매우 간편하고 합리적인 방법이다. 그러나 반론권의 강제가 미디어의 언론 자유와 상충하는 것으로 인식돼, 신문의 편집권을 우선적 권리로써 허용(조정진, 2000)하고 있기에, 그 구현이 쉽지 않은 한계가 있다.

독자투고는 이들에 비해 쉽게 매스미디어에 접근하는 방법이다. 독자들은 투고를 통해 의견을 공개적으로 개진하거나, 미디어 메시지에 대한 반응을 제기할 수 있다. 유종현(1998)은 80년대 국내 독자란이 90년대 오피니언 페이지로 옮겨오면서 생긴 큰 변화가 독자 반론권의 확대라고 봤다. 이 형태가 신문기사 논조에 대해 반응을 제기하는 통로가 된다는 해석 때문이다. 그러나 접근권 측면에서 독자투고 역시 한계가 있다. 신문에 게재되는 투고는 편집자들의 취사선택 결과이기 때문이다. 또 매체 구미에 맞도록 편집되는 경향이 있다는 비평도 있다(정상현, 1988). 그럼에도 불구하고 의견광고나 반론권의 한계를 극복하는 차원에서, 지면에 대한 공정한 접근을 전제로 독자투고 형식이 적극적으로 이용돼야 한다고 베런은 주장했다(Barron, 1967). 특히 다른 형식에 비해 접근이 용이한 독자투고는 누구나 매체를 통해 자신의 의견을 표현할 수 있는 형태(Tarrant, 1957)로, 소외 계층을 위해 더 의미 있는 창구가 되는 것이다. 하지만 현대 디지털 기술 발달은 독자투고와 같은 전통 미디어를 통한 접근권 이외에도, 독자들이 인터넷을 통해 공개적으로 자신의 의견을 알릴 수 있는 환경을 마련했다. 이에 따라 독자투고가 갖는 접근권 실현의 기능은 시대적인 흐름에 따라 인터넷에 그 자리를 내주고 있는 것으로 보인다. 그러나 인구대비 신문 발행 비율이 높은 한국 신문의 독자투고(박용범, 2010) 위상은 아직 높은 것으로 사료된다.

(2) 여론 형성의 기반 제공

다양한 이해 집단들이 각각의 이익을 추구하고 공존하는 현대 사회에는 많은 이슈들에 대한 여러 가지 입장이 존재한다. 이러한 상황에서, 여론에 대한 조정진(1993)의 논의는 독자란의 의의를 살펴볼 수 있는 기반을 제공한다. 그에 따르면, 진정한 의미의 여론은 피상적, 감상적 수준의 가변적 의견이 아니라 특정 문제에 대해 구체적 이해관계를 가진 능동적 주체들의 공개적이고 자유로운 토론에 의해 채택된 집단적 이해의 총체적 표현이다. 여기서 필수적인 요소는 의견을 교환하는 공중과 이를 매개할 언론 매체의 존재다.

홍기선(1997)은 사건이나 문제에 대한 일차적이고 객관적인 정보 제공, 제시된 사건에 대한 각계각층의 의견이나 매체 자신의 의견 제공, 실제 정책에 대한 국민 여론의 반영 등 3가지 요소를 여론 형성을 위한 대중매체 역할로 제시했다. 이 중 두 번째 역할은 신문 지면의 오피니언 면과 관련이 깊다. 사회 각계각층의 의견이나 매체 자신의 의견을 제공하는 기능은 공개토론, 인터뷰, 사설, 독자란 등을 통해 이루어진다고 설명했다. 오피니언 면은 신문과 독자가 서로의 의견을 나누는 유일한 지면으로(박진우, 2004), 사회 현상에 대한 다양한 사람들의 의견을 게재함으로써 여론 형성에 중요한 역할을 한다. 송용희(2004)는 종합 일간지들이 오피니언 면에 많은 고정 지면을 할애하는 것은 공론장(public sphere)이라는 언론의 사회적 기능을 구현하는 데 있어 긍정적인 현상이라고 말하기도 했다.

독자투고란은 이러한 오피니언 면을 구성하는 한 부분으로 여론 형성의 기반을 제공한다고 볼 수 있다. 오피니언 면에는 신문사 의견, 전문가 칼럼 등도 함께 실리는데 독자투고는 일반 대중이 주체가 되어 행하는 의사표시 행위로, 엘리트와 같은 높은 사회적 지위를 가진 사람이 아닌 일반인들의 생각을 나타내는 일종의 여론이라 할 수 있다(조명진, 2000). 뉴욕 타임스의 경영자였던 아돌프 옥스(Adolph Ochs)는 공중의 건설적이고 가치 있는 여론 형성을 위해 논쟁의 모든 측면을 다 제시해야 한다는 신문의 의무를 확인하며 이를 위해 독자투고란이 필수적이라는 사실을 강조했다(Rosenthal, 1969).

이처럼 독자란은 다양한 이슈에 대해 개인, 이해 집단들의 의견과 주장이 공개적으로 표현되고 공유되는 공간으로 기능한다. 독자들은 독자투고를 읽음으로써 특정 이슈나 언론의 메시지에 대해 나 이외의 독자들이 어떻게 생각하고 있는지를 확인할 수 있다. 나아가 다른 독자들은 왜 그런 입장을 취하는지를 고민하게 되는데 이러한 과정은 독자들이 여론을 형성할 수 있는 공통의 기반을 만들어준다. 독자투고란은 독자가 어떤 쟁점에 대해 느끼는 감정이나 입장에 대해 다른 의견과 비교함으로써 자기 입장의 위치, 다른 의견과의 관계 등을 인식하는 데 도움을 주는 것이다(Singletary, 1975). 이를 통해 다양한 배경의 공중들은 여론 형성을 위한 구체적이고 능동적인 주체가 될 수 있다.

그러나 독자투고란의 실제 여론 반영 여부에 대해서는 논란도 있다. 1968년 미국 대통령 선거 캠페인 기간 동안의 독자편지에 대한 연구(Grey & Brown, 1970)에서는 신문 입장을 지지하는 편지 게재 수가 더 많다는 결과가 나왔으며, 게재된 편지와 그렇지 않은 편지를 분석한 연구(Renfro, 1979)에서는 신문사가 게재할 독자투고를 선택할 때 특정 주제에 집중되는 편향이 있다는 것을 보여준다. 하지만 반대로 독자 편지에서 빈도가 높은 단어를 조사해 이를 국민 관심사에 대한 설문조사 내용과 비교한 연구(Robert, Sikorki, Paisly, 1967)는 이 둘의 관계가 밀접하다는 결과를 내면서 독자투고가 여론을 반영한다는 결론을 내기도 했다. 이처럼 독자투고란이 여론을 그대로 반영하는지에 대해서는 논란이 있지만, 독자투고란이 누구나 쉽게 접근이 가능하다는 점(Tarrant, 1957), 다양한 사회 경제적 수준의 사람들로 구성된 대중이 참여한다는 점(조명진, 2000), 설문지를 통한 여론조사보다 적극적이고 능동적인 의견의 표현이라는 점(황종택, 2002)에서 여론과 무관할 수는 없다고 하겠다.

(3) 독자투고의 피드백 기능과 커뮤니케이션의 완성

윌버 슈람(Wilbur Schramm)은 독자투고를 매스커뮤니케이션 과정 중 피드백 현상으로 본다(유체철, 2001). 독자투고는 신문 정보에 대한 수용자의 반응이기 때문이다. 커뮤니케이션이 연속적이고 순환적인 과정이 되기 위해서는 피드백이 필수적이다(정형수, 1979). 하지만 신문을 포함한 전통 매체는 다수 수용자에 대한 일방적 커뮤니케이션 성격이 강하다. 매체로 향하는 수용자의 피드백도 제한적이며 시간적으로도 지체될 가능성이 크다(임영주 외, 2003). 그러나 상업적 매체들은 수용자가 메시지를 선택하고 구매해야만 생존할 수 있기 때문에 자신들이 제공한 것에 대해 독자가 어떻게 생각하고 있는지, 또 무엇을 원하는지를 파악하고 이를 반영할 필요가 있다. 따라서 매체 입장에서 대중 매체의 '일방적' 속성은 생존을 위해 극복돼야 할 과제라고 할 수 있다(김용길, 1994).

독자투고는 신문이 보도한 메시지에 대한 독자의 생각, 반응, 그리고 독자들이 알리고 싶은 것을 심는 공간이라는 점에서 신문이 위의 과제를 극복하는 데에 도움을 준다. 대부분의 언론인들은 일반 독자에 대해 정확히 인지하지 못하는데(Gans, 1979), 독자편지 등은 언론인들이 독자에 대한 인상을 만드는 데 유용한 자료가 될 수 있다. 기자들은 무엇을 취재하고 어떻게 보도할 것인지를 결정하는데 이러한 정보들을 참고할 필요가 있다. 맥아담스(McAdams)는 독자들의 욕구를 파악하고 독자들이 원하는 내용을 전달하는 것을 신문이 그들의 위기에 대응하는, 또는 발전 가능성을 극대화하는 첫 번째 방법으로 꼽았다(정태철, 1999). 기사의 주제가 독자들에게 상관성 또는 유용성을 어느 정도 제공하는지 여부가 신문을 읽을 동기를 결정하게 하며, 독자들의 욕구를 파악하고 독자와의 거리를 좁히는 데 중요한 역할을 하기 때문이다. 즉 독자투고는 독자들이 신문을 보며 느끼고 생각하는 점을 또 다시 신문에게 전달하는 피드백 현상이며, 신문이 현재의 상태를 돌아보고 앞으로의 행보를

계획하는 데에 중요한 조연자 역할을 하는 것이라고 할 수 있겠다. 결론적으로, 정보를 전달하기만 하는 것이 아니라 수용자인 독자의 의견을 들을 수 있고 또 신기도 함으로써, 신문은 독자들이 관심을 갖는 이슈는 무엇인지, 독자들이 무엇을 더 알기 원하는지, 기사에 대해 어떻게 평가하는지 등을 알 수 있게 돼, 생존의 가능성이 더 높아질 뿐 아니라, 궁극적인 의미의 커뮤니케이션, 즉 쌍방향적 성격을 강화해 갈 수 있는 것이다(김중하, 2000).

(4) 독자투고의 한계

독자투고란의 존재만으로 쌍방향 커뮤니케이션을 완성하고, 또 신문의 생존이 보장될 수 있는 것은 아니다. 특히 현재 독자투고의 현상으로는 앞서 설명한 의의와 기능이 제대로 실현되기 어렵다. 먼저 지면 부족을 독자투고가 갖고 있는 한계로 꼽을 수 있겠다. 신문은 민주주의에 기여해야 한다는 공익성과 최대의 이윤을 추구하는 사기업적 목표도 함께 지향한다. 따라서 지면을 운영하는 데에 이익이 중요한 기준이 되기에, 독자투고를 위한 지면이 충분히 할당되기 어렵다. 신문은 자기 판단에 따라 적절하다고 생각하는 넓이만큼만 독자투고를 위해 배정한다(정형수, 1979). 조선일보의 경우 편지, 팩스로 전달되는 독자 의견이 하루 평균 100~150통이지만 이 중 이주 일부만이 게재된다(조선일보사 편집부, 2003). 외국도 유사한 고민을 안고 있다. 1968년 뉴욕타임스에 보내진 독자투고는 총 37,719건으로 이중 약 90%가 인쇄 적합 판정을 받았다. 하지만 이것을 모두 게재하려면 매일 135면의 신문을 제작해야했기에 결국 6%만이 게재됐다(Daniel, 1969).

또 다른 한계는 독자투고도 게이트키퍼(White, 1950; Gans, 1979; Tuchman, 1980)의 산물이라는 점이다. 뉴스는 선택 과정에 의한 결과물이다. 뉴스 선택 과정에는 다양한 차원의 요인들이 영향을 미치는데, 기자 개인의 배경과 가치, 조직 내의 일상적 관행, 미디어 조직의 소유주, 광고주, 정부 통제, 미디어 시장 등이 이에 속한다(Renfro, 1979; Shoemaker & Reese, 1996). 즉, 이러한 이해관계 및 뉴스 가치 판단의 기준에 따라 일부 기사는 통과되고 나머지는 탈락된다. 선행 연구 등이 지적하는 것처럼 신문사로 전달되는 투고의 양은 독자투고란 지면에 실을 수 있는 양보다 많기에, 투고된 모든 글이 게재되지 않고 반드시 위와 같은 취사선택의 과정을 거칠 수밖에 없다. 그러나 이러한 과정은 독자와 합의된 명확하고 구체적인 기준보다는 언론인의 자의적 판단에 의하기도 하고(Clifalo & Traverso, 1994; Renfro, 1979; Wahi-Jorgensen, 2001, 2002), 편집자의 게이트키퍼과정에 의해 게재되는 투고들이 상당 부분 해당 미디어 측의 의견에 부합되도록 편중되는 경향이 있다는 주장(이동신, 1991; 이은희, 1994; Richardson & Franklin, 2004) 등이 있어, 메시지를 주고받는 주체 간의 진정한 쌍방향 커뮤니케이션이 되기에는 한계가 있다는 것이다.

3) 선행 연구 검토

(1) 독자투고의 내용

그레이와 브라운(Grey & Brown, 1970)은 독자투고란에 게재된 편지의 내용들이 대체로 사설이나 다른 편지에 대한 반응들로 이루어져있다는 연구 결과를 바탕으로, 신문이 전달하는 내용이 독자란의 내용에 큰 영향을 미친다고 주장했다. 렌프로(Renfro, 1979)는 4개월 동안 신문사로 보내진 독자 편지의 주제를 살펴보았다. 그는 정치와 행정, 경제, 언론, 법이 빈번하게 다루어지고 있음을 발견하였고,

이는 현재 이슈가 되고 있거나 독자의 관심 사항과 밀접하게 연관되어 있는 문제들이기 때문이라고 해석했다.

국내의 경우, 1988년 <신문과 방송>에서 독자란을 특집으로 다루며 우리나라와 미국, 프랑스의 독자란을 비교한 글이 있다. 이에 따르면, 투고는 그 시대가 안고 있는 상황과 문제의 소재에 따라 다르게 나타나며 정치, 경제, 사회, 기타 무수한 요인에 의해 내용이 변동되고 있다고 말한다. 또한 미국과 프랑스의 독자란 기고들은 다양한 주제와 국제적 이슈를 다루고 있는 것에 비해, 우리나라 투고 글은 일상생활에서의 불편, 불만을 고발하고 시정을 건의하는 민원성 투고가 많다는 특징을 가진다. 이는 서울에서 발행되는 일간지들의 독자투고가 주로 부조리나 행정상의 과실에 대한 고발과 시정 촉구를 다루고 있다는 이경원(1983)의 연구 결과와도 일치한다.

90년대 한국 신문 독자란에 대한 연구들은 한국 신문의 독자란이 양적으로는 확대되었으나 내용면에서는 크게 달라진 것이 없다는 공통된 결론을 보인다. 김용길(1994)은 신문의 증면과 경쟁의 심화 속에서 이루어진 독자면의 확대 경향을 평가하였는데, 독자면의 면적은 넓어졌으나 투고의 내용과 질이 여전히 나아지지 않고 있다는 결론을 내렸다. 1960년부터 1993년까지 우리나라 신문 독자투고의 변화를 살핀 연구(윤숙희, 1995)에서는 투고의 주제가 시대의 정치사회적 환경을 많이 반영하고 있으나 자사 신문 기사에 관한 내용의 비중이 미약하여 피드백 기능을 제대로 하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 조명진(2000)은 한국과 미국의 독자투고란을 비교해 연구했다. 이를 통해 한국 신문의 독자란이 여론 형성을 위한 다양한 의견 표현의 장이라기보다는 개인의 불만을 토로하고 피해를 공개적으로 알리는 수단으로 사용된다는 특징이 더 선명하게 나타났다. 이후 연구들에서는 한국의 독자투고 글들의 주제가 신문사와 관계없이 사회 일반을 가장 많이 다루고 있다는 결과를 보인다(우병동·임양준, 2006; 유제철, 2001; 황종택, 2002).

(2) 독자투고 참여자의 특성

독자투고 참여자의 특성에 대한 국외 연구들의 공통적인 결론은 독자 투고자들이 사회경제적으로, 또 교육 수준에 있어 사회 평균 이상이라는 점이다. 포시터(Forsythe, 1950)는 보내진 독자투고들 모두 실는 한 신문을 연구 대상으로 하여, 1년 동안 투고를 보낸 투고자들에게 설문 조사를 실시했다. 그 결과, 이들은 연령대가 매우 높은 편이었고, 남성이 많았으며, 결혼과 가족 관계, 종교, 정치에 대해 보수적인 관점을 가지고 있었다. 또한 평균 이상의 교육 수준을 가졌으며 화이트칼라, 전문직 그룹에 속하는 사람들이 전체의 82%를 차지하고 있었다. 연구자는 이 결과를 바탕으로 독자투고자들을 공동체나 나라의 대표로 볼 수 없으며 응답자들의 보수적인 성향에 따라 독자투고란이 사회 안정 지향적인 가치를 다루고 있을 것이라고 결론 내렸다. 이후 실시된 다른 연구들도 비슷한 결과를 보인다(Grey & Brown, 1970; Singletary, 1975; Vacin, 1965). 이들의 연구에서 투고자들은 주로 고령이나 중년층이 많았고 교육 수준이 높았으며 남성의 비율이 우세했다.

독자투고자에 대한 국내 연구들은 주로 거주 지역과 직업을 중심으로 이루어져왔다. 거주 지역에 있어서, 우리나라 독자투고자들의 경우 독립신문 때부터 그 이후까지 서울 지역의 비율이 매우 높다는 특징을 보인다(김영희, 2009; 윤숙희, 1995; 이은희, 1994; 채백, 2006). 또한 투고자들의 직업에 대해 황종택(2002)은 학생, 주부, 공무원, 회사원 등 상위 직업군에 속하는 독자투고자들이 많다는 연구 결과를 도출한 바 있다. 조명진(2000)은 한국과 미국 독자투고자들의 직업을 비교하였는데, 한국에서

는 학생과 주부가, 미국의 경우에는 사회단체, 교원, 전문직 종사자가 높은 비율을 차지했다. 연구자는 미국의 고학력자와 사회적 지위가 높은 투고자들이 미국 독자투고란의 질적 수준을 높이는 데에 일조하는 것으로 보인다고 결론 내렸다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

앞서 살펴본 바와 같이, 독자투고는 수용자와 언론의 소통을 통한 건전한 여론 확보 등 원론적 차원에서 긍정적인 커뮤니케이션의 도구로 이해될 수 있는 동시에, 모든 내용을 다 반영할 수 없다는 물리적 제약으로 완벽한 소통이 어렵다는 현실적 한계를 지니고 있다. 이와 같은 문제의식을 바탕으로, 본 논문에서는 국내 신문 독자투고의 성격을 확인해 보고자 한다.

독자투고에 대한 국내의 선행 연구들은 주로 연구 당시 독자투고란이 어떻게 운영되고 있는지를 살펴보고 있다. 그러나 수용자와의 소통 변화를 확인하기 위해 시간의 흐름에 따른 독자투고 탐구가 필요하다는 지적(채백, 2006)에 따라, 본 논문은 국내에서 독자투고가 오피니언면에 고정적으로 게재된 시점인 1997년부터 2009년까지를 분석 기간으로 삼아 통시적 연구를 시도했다. 본 연구는 이 기간 동안 우리나라 독자투고의 성격과 그 변화를 살펴보고자 한다. 선행 연구들의 결과가 독자투고의 내용, 투고자들의 특성으로 분류되었던 것을 바탕으로 이것들이 분석 과정에서 모두 고려될 수 있도록 하였다. 우선 독자투고의 성격은 독자들이 투고를 통해 무엇에 대해 이야기 하는가를 알아보기 위한 주제, 이들을 어떤 방식으로 풀어나가고 있는지를 살펴보는 서술 형식, 또 신문의 독자 권역을 사회적 지위 및 지리적 권역에 따라 판단해 볼 수 있는 투고자 직업과 거주지 등으로 나눠 확인을 시도한다. 또 이들 항목들은 피드백 기능을 가진 독자투고와 그렇지 않은 독자투고의 특성 차이를 분석해 보는 데도 사용된다. 비록 접근권의 실현 및 여론 형성이라는 측면에서 독자투고의 성격이 고찰되기는 했지만, 언론과 수용자의 소통이 이들을 지탱하는 기본 조건으로 작용할 수 있다는 고민에서 피드백 상황을 더 적극적으로 확인해 보기로 한 것이다. 구체적 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 1. 우리나라 독자투고의 특성(주제, 서술 형식, 투고자의 직업과 거주 지역)은 어떠한가?

연구문제 2. 피드백 기능의 유무에 따라 독자투고의 특성(주제, 서술 형식, 투고자의 직업과 거주 지역)에 차이가 나타나는가?

2) 연구방법

(1) 분석 대상 및 분석 기간

본 논문에서 ‘독자투고’는 ‘해당 신문의 오피니언 면 혹은 여론 면에 게재된 독자의 자발적인 기고 글’을 말한다. 따라서 신문사의 청탁으로 게재되는 여러 가지 칼럼, 시론, 에세이 등은 대상에서 제외된다. 분석 대상은 한국 신문 시장의 점유율¹⁾을 기준으로 전체의 70%를 차지하고 있는 6개

신문 중 첫 번째, 세 번째, 여섯 번째 신문인 조선일보, 동아일보, 한겨레를 선정했다. 점유율은 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 경향신문, 매일경제신문, 한겨레의 순으로 이어진다. 애초 이 중 1, 3, 5번째 신문을 분석 대상으로 삼고자 했으나, 5번째인 매일경제신문이 경제지라는 특성 때문에 본 연구가 지향하는 주제별 분석에 한계가 있을 것으로 보고, 그 다음 순위 신문인 한겨레를 포함키로 했다.

분석 기간은 1997년부터 2009년까지이다. 1996년은 우리나라 중앙 일간지들이 오피니언 면을 만들고 그 면에 정기적으로 독자투고란을 실기 시작한 시점이다(김택환, 2000). 그 이전엔 독자투고 글들은 비정기적으로, 또 여러 지면에 흩어져 게재되었다. 신문의 지면이 한 사회와 문화, 독자들의 선호, 시각적 효과 등을 종합적으로 고려해 언론 종사자들이 만들어내는 지적 노력의 산물이라는 면에서(송용희, 2004), 독자투고가 사설, 칼럼과 함께 오피니언면에 게재되기 시작했다는 지면적인 변화는 의미를 가진다고 할 수 있다. 이것은 독자투고란이 신문사의 의견, 전문가의 외부 기고만큼 그 중요성을 인정받게 된 결과라고 볼 수 있겠다.

독자투고란에 대한 국내 기존 연구들은 대부분 연구 당시의 독자투고란 형태를 비교 분석하고 있거나, 증면 조치 등 특정한 시점을 기준으로 그 전후를 비교하고 있지만 역사적인 변화를 살펴본 연구는 드물다(채백, 2006). 본 연구는 이와 같은 제한점을 극복하기 위해 시간의 흐름에 따른 독자투고란 성격 분석을 시도한다. 1996년이 아닌 1997년부터를 분석대상으로 삼은 것은 오피니언 면에 독자투고를 실기 시작한 당해 연도에는 여러 가지 시행착오들이 있을 수 있으며, 1년 정도 시간이 지난 뒤 그 형태가 자리 잡을 수 있다고 봤기 때문이다. 위와 같은 기준에 따라 2009년까지의 조선일보, 동아일보, 한겨레의 독자투고가 최종 분석 대상이 됐다. 조선일보 독자투고는 조선닷컴의 검색을 통해, 동아일보와 한겨레의 독자투고는 기사 검색 DB인 카인즈(KINDS)를 통해 수집됐다. 동아일보와 한겨레의 1997년 독자투고는 웹 검색을 통한 확인이 어려워 마이크로필름을 통해 수집했다.

(2) 표집 방법

본 논문은 통시적 언론 연구에서 3년 단위로 의미 있는 결과가 나온 선례(윤숙희, 1995)를 참고해, 3년(1997년, 2000년, 2003년, 2006년, 2009년)을 기준으로 분석 대상을 선정했다. 구체적인 분석 대상 독자투고는 권장된 구성주(constructed week) 방법(Riffe, Lacy, Fico, 1998)에 따라 2주로 조합했다. 우선 각 해마다 4달을 무작위로 선정하고²⁾ 가장 빠른 달의 첫 주 일요일을 기준으로 한 주에 하나의 요일을 순차적으로 선택했다. 3월, 5월, 6월, 9월이 선정될 경우 3월 첫째 주 일요일, 3월 둘째 주 월요일, 3월 셋째 주 화요일, 3월 넷째 주 수요일, 5월 첫째 주 목요일, 5월 둘째 주 금요일, 5월 셋째 주 토요일 순으로 표집 했다는 것이다. 일요일 등 표집 대상이 된 날에 신문이 발행되지 않을 경우엔 그 다음날 신문을 선택했다. 이 같은 방법으로 매해 14일치의 주구성 표본이 추출됐으며³⁾, 최종 분석 대상이 된 독자투고는 조선일보 574개, 동아일보 215개, 한겨레 213개 등 총 1002개다.

1) 신문과 방송, 2008년 7월호 기준. 『조선일보』(25.6%), 『중앙일보』(19.7%), 『동아일보』(14.3%), 『경향신문』(5.8%), 『매일경제』(5.1%), 『한겨레』(3.8%)

2) 일요일을 시작으로 8일마다 요일을 선택해 2주치의 주구성 표집을 만들기 위해서는 최소 14주가 필요하기 때문에 각 연도마다 4달을 무작위로 추출했다. 1997년은 3월, 9월, 10월, 11월, 2000년은 4월, 6월, 11월, 12월, 2003년은 3월, 5월, 7월, 10월, 2006년은 1월, 5월, 7월, 9월, 2009년은 2월, 5월, 10월, 11월이 표집됐다.

(3) 주요 변수의 측정

① 독자투고의 주제

투고 주제는 독자들이 투고를 통해 무엇에 대해 이야기 하는가를 알아보기 위한 항목이다. 본 논문에서는 이건호(2006)의 범주 분류를 기본으로 주제를 측정한다. 그는 언론사 주요 취재 부서를 근거로 정치, 경제, 사회, 문화 및 스포츠, 국제, 혼합 등 6개의 대범주로 보도 주제를 분류했다. 언론은 공적 이슈가 될 만한 정보를 전달하고 독자투고 역시 신문을 통해 전달되기에 이와 같은 분류가 타당하리라고 봤다. 특히 보도에 대한 독자 피드백 여부를 확인하는 두 번째 연구문제 탐구를 위해, 선행 연구에서 언론 보도의 주제로 인정받은 내용을 활용하는 것이 필요하다고 판단했다. 다만 이건호(2006)의 6가지 범주 중 여러 가지 요소가 한꺼번에 포함된 ‘혼합’ 항목은, 독자투고가 반영하기 어려울 수 있다는 점을 고려해 ‘기타’로 수정했다. 또 독자투고의 중요한 기능 중 하나가 미디어 내용에 대한 피드백 기능일 수 있다는 점에 착안해 ‘미디어’ 항목을 추가했다. 구체적인 내용은 아래와 같다.

- 가. 정치: 대통령, 정부, 정당 및 의회, 정치인, 선거, 북한 등의 이슈를 다루는 경우
- 나. 경제: 보험, 금융, 세금 등과 관련된 정부의 정책 분야나 정부 주도의 경제 관련 사업을 다루는 경우, 기업, 사업, 개인의 경제 활동 등과 관련된 사적 경제 분야 이슈를 다루는 경우
- 다. 사회: 사건 및 사고, 건강, 환경, 인권, 교육, 교통, 시민 의식, 기타 사회 이슈를 다루는 경우
- 라. 문화 및 스포츠: 예술, 역사와 문화, 생활과 스타일, 스포츠 등을 다루는 경우
- 마. 미디어: 신문이나 방송 등 미디어의 내용에 대한 평가 혹은 피드백이나 미디어 산업과 관련된 이슈를 다루는 경우
- 바. 국제: 외교 관계와 관련된 정책, 다른 나라의 이슈나 국제 정세 등을 다루는 경우
- 사. 기타: 위의 범주에 포함되지 않은 이슈를 다루는 경우

② 독자투고의 서술 형식

투고의 서술 형식은 투고자가 자신이 제기하는 주제나 대상에 대해 어떻게 이야기하고 있는지를 살펴보는 항목이다. 이를 통해 편지를 투고한 목적을 가늠해볼 수 있다. 분류는 선행 연구들(김용길,

3) 2주 구성주 조합 결과

연도	일	월	화	수	목	금	토
1997년	3/2	3/10	3/18	3/26	9/11	9/19	9/27
	9/28	10/6	10/14	10/22	10/30	11/7	11/15
2000년	4/7	4/15	4/23	6/5	6/13	6/21	6/29
	11/3	11/11	11/19	11/27	12/5	12/13	12/21
2003년	3/4	3/12	3/20	3/28	6/7	6/15	6/23
	7/1	7/9	7/17	7/25	10/11	10/19	10/27
2006년	1/1	1/9	1/17	1/25	5/11	5/19	5/27
	5/28	7/3	7/11	7/19	7/27	9/8	9/16
2009년	2/1	2/9	2/17	2/25	5/7	5/15	5/23
	5/24	10/5	10/13	10/21	10/29	11/6	11/14

1994; 조명진, 2000; 유제철, 2001; 황종택, 2002)을 참고했다.

- 가. 건의 및 제안: 어떤 이슈나 문제에 대해 대안이나 정책 방향을 제시하는 내용
- 나. 고발: 개인이 겪거나 목격한, 구체적인 대상의 불법적인 사례나 그로 인한 피해를 신고 혹은 폭로하는 내용
- 다. 비판: 어떤 이슈나 문제에 대해 옳고 그름을 가리어, 그름을 주장하는 내용
- 라. 지지: 어떤 이슈나 문제에 대해 옳고 그름을 가리어, 찬성을 주장하는 내용
- 마. 수필 및 미담: 개인적으로 혹은 사회적으로 감동적인 사연을 알리는 내용
- 바. 투고답변: 독자의 투고 내용에 대한 정부 혹은 관련 기관의 답변을 담은 내용
- 사. 기타: 위의 범주에 포함되지 않는 내용일 경우

③ 투고자의 직업

직업은 독자투고가 특정 계층의 의견에 집중되어 있는지 여부를 가늠하는 핵심적인 특성이다. 분석기간 동안 투고자의 직업군이 점차 다양해지는 경향을 보인다면, 혹은 특정 직업에 편중되어 있거나 편중되는 직업이 변화한다면, 이러한 경향이 독자투고에 미칠 수 있는 영향력을 추론해 볼 수 있을 것이다. 투고 글에 투고자의 직업이 나타난 경우엔 그에 적합한 직업 분류에 체크하고, 정보를 알 수 없는 경우에는 ‘정보 없음’으로 표시했다. 구체적인 분류는 조명진(2000)이 사용했던 유목을 참고했다.

- 가. 공무원; 나. 일반 회사원; 다. 전문직 종사자; 라. 교원; 마. 상업 및 개인 사업; 바. 사회단체; 사. 학생; 아. 주부; 자. 농어민; 차. 무직; 카. 기타; 타. 정보 없음

④ 투고자의 거주 지역

본 논문에서는 투고자의 거주지가 대도시엔 어느 정도 집중되어 있는지, 또 이러한 집중 경향이 분석 기간 동안엔 변화를 보이는지를 살펴볼 것이다. 투고자의 거주 지역은 서울, 서울을 제외한 5대 도시, 9개의 도와 해외거주지, 인터넷 주소 및 ID로 분류했다. 인터넷은 물리적인 지역과는 무관할 수 있으나, 분석 대상 신문들이 독자의 거주 지역 정보 대신 인터넷 주소 및 ID를 게재하는 경우들이 있었고, 또한 가상공간에서 이뤄지고 있다는 점에서 그 특이성이 발견될 것으로 보여 별도 유목으로 처리했다. 하지만 이상과 같은 내용이 기재되지 않을 경우엔 ‘정보 없음’으로 코딩했다.

⑤ 자사 기사에 대한 피드백 기능 포함 여부

이 항목은 투고 글 속에 기사에 대한 피드백적인 언급이 있는지 여부를 기준으로 ‘피드백 기능 있음’, ‘피드백 기능 없음’으로 코딩했다. 신문사 입장에서 모든 독자투고는 일종의 피드백이라고도 볼 수 있지만, 본 논문에서는 좀 더 명확한 분석을 위해 기사에 대해 직접적으로 피드백적인 언급을 하고 있는 독자투고만을 피드백 기능을 가진 투고로 분류했다. 여기서, 기사에 대한 피드백적인 언급이란, 기사에 대한 직접적인 평가 및 제언뿐 아니라 ‘어떤 기사를 읽고 이 글을 쓴다’ 혹은 ‘어느 달 어느 날 무슨 기사에서 이 주제를 다루었는데 나는 이러한 입장이다’처럼 기사에 대한 반응으로서의

투고 글의 성격이 나타날 경우를 뜻한다. 즉, 기사에 대한 직접적인 평가 및 제언이 드러나는 경우, 기사를 언급하거나 활용하며 글을 쓸 경우 모두 기사에 대한 피드백적인 언급이 있는 투고 글로 판단했다⁴⁾.

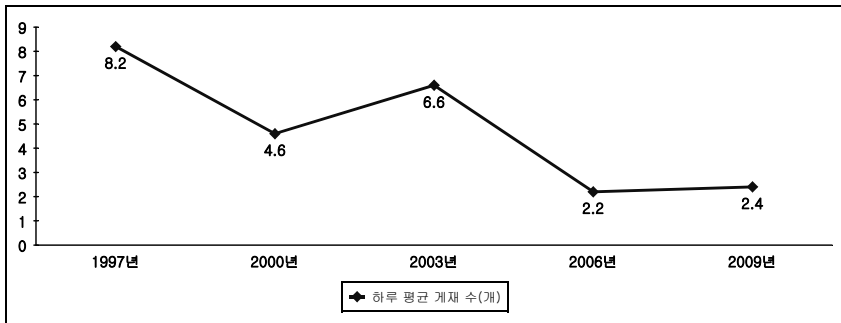
(4) 코더 간 신뢰도

본 논문의 데이터 코딩은 서울의 한 종합대학 언론 관련 학과 석사과정 학생 2명이 진행했다. 전체 코딩을 시작하기에 앞서 연구 목적과 측정 항목에 대한 조작적 정의를 사전 교육했다. 코더 간 신뢰도는 코헨의 카파(Cohen's Kappa)값을 통해 검증했다. 최종 분석 데이터 총 1,002개의 글 중 약 10%인 100개의 글을 무작위 추출해 분석 항목마다 신뢰도를 검증한 결과, 신뢰도 계수는 주제 0.82, 서술형식 0.78, 투고대상 0.80, 피드백적인 언급 여부 0.89, 투고자의 직업 0.92로 나타나, 코딩에 무리가 없는 것(Riffe, Lacy, Fico, 1998)으로 보고 이후 전체 코딩을 진행했다.

4. 연구결과

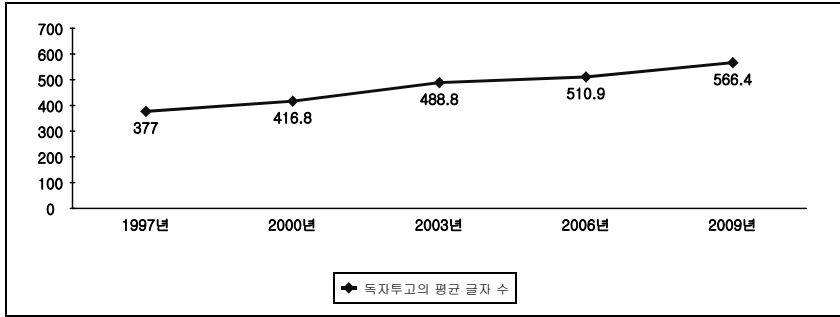
1) 우리나라 독자투고의 특성

<그림 1>과 <그림 2>는 1997년부터 2009년까지 3개 신문에 실린 독자투고의 하루 평균 게재 수와 평균 길이를 살펴본 결과⁵⁾다.



<그림 1> 연도별 독자투고의 하루 평균 게재 수

- 4) <피드백 기능을 가진 독자투고의 예시> 한겨레 2000년 11월 14일자 선거전 내내 최종 승자가 누가 될지 예상할 수 없는 접전을 벌이던 미국 대통령 선거는 결국 속보 경쟁에 매몰된 언론을 제물로 만들고 말았다. . . . (중략) . . . 그런데 9일치 한겨레 시내판 6면 오른쪽 상단에 고어 후보의 사진과 나란히 실린 부시 후보의 사진이 ‘조지 부시 미국 대통령 당선자 부부’라는 설명을 버젓이 달고 있다. 이날 전체 지면에서 유일하게 발견된, 그러나 명백한 오보였다. 미리 작성되었던 사진 설명이 편집 과정에서 미처 걸러지지 못하고 지면에 실린 것으로 이해할 수도 있었던 부분이다. 하지만 더 중요한 문제는 다음날 신문에서 이에 대한 사과를 찾아볼 수 없었다는 사실이다. . . . (중략) . . . 작은 오보에 대해서도 책임 있는 모습을 보였으면 한다.
- 5) 독자투고 게재 수는 오피니언 면에 게재된 하루 평균 독자투고 수를 말한다. 2주 주구성 표집을 사용했기 때문에, 분석 연도에 게재된 독자투고 게재 수를 14일로 나누어 하루 평균 독자투고 게재 수를 측정했다. 독자투고의 길이는 각 투고 글마다 글자 수를 세어 측정했다.



<그림 2> 연도별 독자투고의 평균 길이

그림에 따르면 하루 평균 독자투고 게재 수는 비록 2003년 비교적 크게 증가하기는 했으나, 대체적으로 감소하는 모습을 보인다. 특히 1997년과 2009년을 비교했을 때는 약 4분의 1 수준으로 게재 수가 감소한 것을 알 수 있다. 반면 독자투고의 길이는 점차 길어지는 양상을 보인다. 독자 투고 길이는 연구 대상 기간 동안 약 1.5배 늘었다. 즉 분석 기간 동안 독자투고의 하루 평균 게재 수는 줄어들고 투고 한 편당 평균 길이는 늘어나는 변화를 보여주고 있다. 이는 신문들이 하나의 독자 투고 당 정보를 많이 제공해 독자들의 의견을 비교적 자세하게 전달하고 있다는 점을 시사하는 것으로 보인다. 하지만 신문에서 오피니언면의 비중이 점차 확대되고 있는 상황에서(송용희, 2004), 독자투고 길이의 증가 추세에 비해 독자투고 게재 수의 감소 추세가 큰 것으로 나타나 오피니언면에서 독자가 참여하는 공간이 줄어들고 있다는 추론을 가능하게 한다.

(1) 독자투고의 주제

연구 대상 기간 동안 전체 독자투고는 사회(46.6%) 관련 주제가 가장 많았고, 그 뒤를 경제(17.3%), 정치(8.8%)와 미디어(8.8%), 문화 및 스포츠(7.8%), 기타(7.3%), 국제(3.5%) 등의 순으로 이었다(<표 1> 참조). 사회 분야가 전체 투고 중 절반 정도의 양을 차지할 정도로 많이 다루어진 본 연구의 결과는 선행 연구와도 일치한다(유제철, 2001; 황중택, 2002; 우병동·임양준, 2006). 이는 기존 연구들의 광범위한 분류 기준을 참고해 ‘건강, 환경, 인권, 교육, 사건 및 사고, 시민 의식, 기타 사회이슈를 다루는 경우’를 ‘사회’ 주제의 조작적 정의로 삼았기 때문일 수도 있고, 일반 독자들이 일상생활에서 쉽게 접할 수 있는 문제들이 사회 관련 이슈이기 때문일 수도 있겠다. 즉 조작적 정의와 일상생활 모두에서 사회 이슈가 포괄적인 의미를 갖는다는 것이다. 가장 낮은 비율을 차지한 항목 중 ‘국제’는 ‘기타’보다도 그 빈도수가 적었다. 이와 같은 추세는 1980년대 이후와 큰 차이를 보이지 않는 것으로 사료된다. 오테진(1988)은 미국과 프랑스 등 외국의 독자란 기고들은 다양한 주제와 국제적 이슈를 다루고 있는 것에 비해, 우리나라 투고 글은 일상생활에서 느끼는 불편이나 불만을 이야기하는 특징이 나타난다고 비평한 바 있다.

<표 1> 독자투고 주제의 분포

		연도					전체	
		1997년	2000년	2003년	2006년	2009년		
주제	정치	빈도	42	17	23	2	4	88
		연도의 %	12.2%	9.1%	8.2%	2.2%	4.0%	8.8%
	경제	빈도	55	25	62	18	13	173
		연도의 %	15.9%	13.4%	22.1%	20.0%	13.1%	17.3%
	사회	빈도	156	89	125	39	58	467
		연도의 %	45.2%	47.6%	44.5%	43.3%	58.6%	46.6%
	문화·스포츠	빈도	30	15	15	7	11	78
		연도의 %	8.7%	8.0%	5.3%	7.8%	11.1%	7.8%
미디어	빈도	34	18	16	12	8	88	
	연도의 %	9.9%	9.6%	5.7%	13.3%	8.1%	8.8%	
국제	빈도	5	4	17	6	3	35	
	연도의 %	1.4%	2.1%	6.0%	6.7%	3.0%	3.5%	
기타	빈도	23	19	23	6	2	73	
	연도의 %	6.7%	10.2%	8.2%	6.7%	2.0%	7.3%	
전체	빈도	345	187	281	90	99	1002	
	연도의 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

$\chi^2=51.652$, $df=24$, $p < .01$

이들 독자투고를 연도별로 살펴봤을 때 총괄적 투고 현황 분석 결과와 같은 점도 나타났지만, 연도별 차이도 확인됐다. <표 1>에 따르면, 우선 연도별 빈도에 있어 상위 1위와 2위는 모두 ‘사회’와 ‘경제’가 차지했다. ‘사회’와 ‘경제’ 항목은 1997년 각각 45.2%와 15.9%, 2000년에는 47.6%와 13.4%, 2003년은 44.5%와 22.1%, 2006년은 43.3%와 20.0%, 2009년에는 58.6%와 13.1%로 등장해 전체 독자투고의 종합 빈도 순위와 일치했다. 즉 ‘사회’와 ‘경제’는 97년 이후 현재까지 독자투고에서 가장 많이 다루어지고 있는 주제들이 재차 확인된 것이다. 하지만 3위는 1997년 ‘정치’(12.2%), 2000년 ‘기타’(10.2%), 2003년 ‘정치’(8.2%)와 ‘기타’(8.2%), 2006년 ‘미디어’(13.3%), 2009년 ‘문화·스포츠’(11.1%)로 ‘국제’를 제외한 나머지 주제들이 번갈아가며 기록했다. 3위를 보면 1997년부터 2003년까지는 ‘정치’ 또는 그 내용의 경성이나 연성을 파악하기 어려운 ‘기타’가 차지했지만 2006년부터는 ‘미디어’나 ‘문화 및 스포츠’ 등 상대적으로 부드러운 주제들이 그 자리를 대신한 것으로 확인돼, 독자투고의 주제 면에서 다소 변화가 나타났다고 할 수 있겠다. 이와 같은 주제 분포의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 조사됐다($\chi^2=51.652$, $df=24$, $p < .01$).

(2) 독자투고의 서술형식

투고자가 자신이 제기하는 주제나 대상에 대해 어떻게 이야기 하고 있는지를 설명하는 독자투고 서술형식의 종합적 빈도는 비판(43.4%), 건의 및 제언(32.0%), 고발(13.9%), 수필 및 미담(4.4%), 지지(2.8%), 투고답변(2.2%), 기타(1.4%) 순으로 나타났다(<표 2> 참조). 이 중 가장 많이 등장한 ‘비판(어떤 이슈나 문제에 대해 옳고 그름을 가리며, 그름을 주장하는 내용)’이 비교적 낮은 빈도를 보이는 ‘지지

(어떤 이슈나 문제에 대해 옳고 그름을 가리며, 찬성을 주장하는 내용)’의 15.5배에 달한다는 점은 특히 주목할 만하다. 이는 독자투고의 여론 형성 기능에 있어서 특정 문제와 사회 이슈에 대해 비판적인 입장에서 의견이 제기되는 경향이 강하다는 추론을 가능하게 한다. 또한 독자투고란이 민주적인 방식으로 불만이나 울분을 해소할 수 있다는 면에서 정화(catharsis)의 기능을 수행한다(Davis & Rarick, 1964)는 학자들의 지적이 우리나라 독자투고에서도 나타난다고 할 수 있겠다. ‘수필 및 미담’, ‘지지’, ‘투고답변’ 등이 5% 미만의 비율을 유지하는 것과는 달리, ‘건의 및 제언’과 ‘고발’의 빈도는 각각 30% 및 10% 이상으로 나타나면서 빈도 수 면에서 높은 순으로 2위와 3위를 차지해, 변화를 촉구하는 방식으로 독자투고가 이뤄지고 있다는 사실도 확인할 수 있다.

<표 2> 독자투고의 서술형식 분포

			연도					전체
			1997년	2000년	2003년	2006년	2009년	
서술 형식	건의 및 제언	빈도	95	55	102	26	43	321
		연도의 %	27.5%	29.4%	36.3%	28.9%	43.4%	32.0%
	고발	빈도	54	20	49	9	7	139
		연도의 %	15.7%	10.7%	17.4%	10.0%	7.1%	13.9%
	비판	빈도	159	88	100	47	40	434
		연도의 %	46.1%	47.1%	35.6%	52.2%	40.4%	43.3%
	지지	빈도	15	3	8	1	1	28
연도의 %		4.3%	1.6%	2.8%	1.1%	1.0%	2.8%	
수필 및 미담	빈도	13	15	10	2	4	44	
	연도의 %	3.8%	8.0%	3.6%	2.2%	4.0%	4.4%	
투고 답변	빈도	7	5	6	4	0	22	
	연도의 %	2.0%	2.7%	2.1%	4.4%	0.0%	2.2%	
기타	빈도	2	1	6	1	4	13	
	연도의 %	0.6%	0.5%	2.1%	1.1%	4.0%	1.4%	
전체		빈도	345	187	281	90	99	1002
		연도의 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2=50.958, df=24, p < .01$

연도별 독자투고 서술형식 변화도 통계적으로 유의미한 차이가 있었다($\chi^2=50.958, df=24, p < .01$). 시간의 흐름에 따라 ‘건의 및 제언’은 대체로 증가하고 ‘고발’은 감소하고 있다. ‘건의 및 제언’의 조작적 정의는 ‘어떤 문제에 대해 대안이나 정책 방향을 제시하는 내용’, ‘고발’은 ‘구체적인 대상의 불법적인 사례나 그로 인한 피해를 신고 혹은 폭로하는 내용’이다. 선행 연구들은 우리나라 독자투고가 개인적인 민원성 고발의 창구로 사용되고 있다는 문제점을 지적해왔다(이경원, 1983; 김용길, 1994; 조명진, 2000). 비록 연도별로 증감이 교차하기는 하나, 결론적으로 서술 형식 중 ‘고발’이 12년 사이에 비율 면에서 54.8% 줄고 ‘건의 및 제언’이 56.8% 증가했다는 본 연구 결과는 대안 없는 개인적 폭로보다 대책을 제시하는 쪽으로 독자투고가 선회하고 있다는 점을 보여준다고 할 수 있겠다. 이와 같은 ‘건의 및 제언’의 증가는 특정 이슈나 문제의 그림을 강조하는 ‘비판’이 비율 면에서 약 12.3%

줄어든 것과는 연관성이 있어 보인다. 한편 ‘수필 및 미담’, ‘지지’, ‘투고답변’ 등의 항목은 비교적 큰 등락이 없었다.

(3) 투고자의 직업과 거주 지역

외국 선행연구들의 일반적 결론은 독자투고에 글을 보내는 사람들의 사회경제적 수준과 교육 수준을 평균 이상이라고 본다(Forsythe, 1950; Grey & Brown, 1970; Singletary, 1975; Vacin, 1965). 그러나 한국 상황을 탐구한 본 연구의 분석 대상 데이터 중 47%인 471건의 독자투고에서는 투고자들의 직업이 드러나지 않았다. 결국, 투고자 직업에 대한 분석을 위해서는 ‘정보 없음’을 제외한 나머지 데이터만 사용할 수밖에 없었다.

<표 3> 투고자의 직업 분포

		연도					전체	
		1997년	2000년	2003년	2006년	2009년		
직업	공무원	빈도 연도의 %	24 30.0%	19 13.7%	25 12.7%	8 13.1%	5 9.3%	81 15.3%
	일반회사원	빈도 연도의 %	2 2.5%	20 14.4%	41 20.8%	9 14.8%	1 1.9%	73 13.7%
	전문직 종사자	빈도 연도의 %	4 5.0%	8 5.8%	11 5.6%	6 9.8%	11 20.4%	40 7.5%
	교원	빈도 연도의 %	17 21.3%	15 10.8%	22 11.2%	5 8.2%	10 18.5%	69 13.0%
	상업 및 개인 사업	빈도 연도의 %	0 0.0%	14 10.1%	12 6.1%	5 8.2%	5 9.3%	20 3.8%
	사회단체	빈도 연도의 %	4 5.0%	2 1.4%	4 2.0%	5 8.2%	5 9.3%	20 3.8%
	학생	빈도 연도의 %	17 21.3%	25 18.0%	28 14.2%	7 11.5%	11 20.4%	88 16.6%
	주부	빈도 연도의 %	4 5.0%	22 15.8%	25 12.7%	7 11.5%	1 1.9%	59 11.1%
	농어민	빈도 연도의 %	1 1.3%	3 2.2%	5 2.5%	1 1.6%	0 0.0%	10 1.9%
	무직	빈도 연도의 %	0 0.0%	2 1.4%	1 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	3 0.6%
	기타	빈도 연도의 %	7 8.8%	9 6.5%	23 11.7%	8 13.1%	6 11.1%	53 10.0%
전체	빈도 연도의 %	80 100.0%	139 100.0%	197 100.0%	61 100.0%	54 100.0%	531 100.0%	

$\chi^2=96.936$, $df=40$, $p < .001$

<표 3>에 따르면, 독자투고를 한 사람들은 학생(16.6%)이 가장 많았고, 그 뒤를 공무원(15.3%), 일반 회사원(13.7%), 교원(13.0%), 주부(11.1%), 기타(10.0%), 전문직 종사자(7.5%), 상업 및 개인 사업

과 사회단체(각각 3.8%), 농어민(1.9%), 무직(0.6%)의 순으로 이었다. 이 같은 결과는 학생, 주부, 회사원, 공무원 등이 국내 신문 독자투고에 많이 등장한다는 기존의 선행연구(조명진, 2000; 황중택, 2002)와도 맥을 함께 하는 것으로 보인다.

시간의 흐름에 따른 독자투고자 직업 분석은 통계적으로 유의미한 수준에서 시기에 따라 독자투고를 보내는 사람들이 차이가 있다는 결과를 보였다($\chi^2=96.936$, $df=40$, $p < .001$). 하지만 대체적으로 개별 항목들은 연도에 따라 불규칙적인 증감을 나타냈다. 그러나 이 중에서 공무원은 대체적으로 감소 추세를, 그리고 전문직 종사자와 사회단체는 증가 추세를 보였다. 공무원 투고자 감소의 원인을 선불리 해석할 수는 없으나, 전문직 종사자와 사회단체의 비율 증가는 독자투고의 질적 향상이라는 차원에서 논의가 가능할 것으로 보인다. 한국과 미국신문의 독자투고를 비교한 조명진(2000)은 미국신문의 경우, 전문직 종사자와 사회단체의 독자투고 참여가 적극적이며, 이슈나 문제에 대한 이들의 다양하고 깊이 있는 해석이 독자투고의 수준을 높이는 데 일조하고 있다는 해석을 내 놓았다. 결과적으로 본 연구를 통해 국내 신문의 독자투고에 참여하는 사람들의 사회경제적 수준이 전반적으로 높다고 판단할 정확한 근거는 발견하기 어렵지만 적어도 한국의 독자투고도 질적 향상이 이뤄지는 방향으로 진화하고 있을 가능성이 높다는 추론은 가능할 것으로 보인다.

한편 독자투고 참여자의 특정 지역 집중 여부를 확인하기 위해 실시한 투고자 거주 지역 분포 조사 결과, 전반적으로 서울과 경기도 등 수도권 지역 주민들이 독자투고에 가장 많이 등장하는 것으로 조사됐다. 투고자의 거주 지역 분포 결과를 바탕으로 매년 상위 5개 지역을 정리한 <표 4>에 따르면, 시간의 흐름에 따른 이들 지역 주민들의 독자투고 등장 빈도는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다($\chi^2=133.382$, $df=68$, $p < .001$).

<표 4> 투고자의 거주 지역 분포(상위 5개 지역)

연도	순위	지역	빈도	%
1997년	1	서울	120	34.8
	2	경기도	36	10.4
	3	정보 없음	34	9.9
	4	부산	28	8.1
	5	인천	17	4.9
2000년	1	서울	47	25.1
	2	경기도	43	23.0
	3	정보 없음	24	12.8
	4	경상남도/ 인터넷 주소 및 ID	10	5.3
	5	전라남도	9	4.8
2003년	1	서울	94	33.5
	2	경기도	41	14.6
	3	정보 없음	37	13.2
	4	인터넷 주소 및 ID	15	5.3
	5	부산	14	5.0
2006년	1	서울	25	27.8
	2	정보 없음	23	25.6

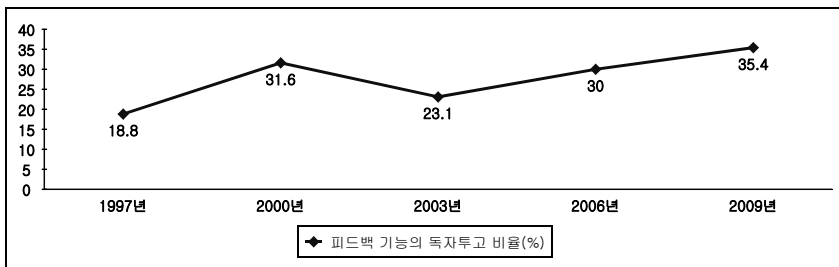
2006년	3	경기도	15	16.7
	4	인천	6	6.7
	5	경상남도	4	4.4
2009년	1	정보 없음	33	33.3
	2	서울	27	27.3
	3	경기도	11	11.1
	4	강원도/ 인터넷 주소 및 ID	4	4.0
	5	경상북도/ 해외거주	3	3.0

$\chi^2=133.382$, $df=68$, $p < .001$

수도권 지역 주민들의 독자투고 등장 비율이 높다는 것은 선행 연구(이은희, 1994; 윤숙희 1995; 채백, 2006; 김영희, 2009)들과 유사한 결과다. ‘정보 없음’을 제외하면 1997년 이후 10여 년 동안 서울과 경기도는 각각 매년 1위와 2위를 차지했다. 이는 독자투고와 관련, 수용자들이 수도권에 편중된 내용만 주로 접하게 될 수 있다는 것을 의미한다. 이 기간 동안 충청권은 단 한번도 5위안에 들지 못해, 상대적으로 소외된 지역으로 나타났다. 한편 ‘인터넷 주소 및 ID’로 분류된 항목의 독자투고는 2000년 처음 5위 안에 등장한 뒤 2006년을 빼면 꾸준히 4위로 자리를 지키고 있는 것으로 조사됐다. 또 ‘정보 없음’은 1997년과 2000년, 2003년 모두 3위를 지키다가, 2006년에는 2위로 오르더니, 2009년에는 가장 높은 빈도를 기록했다. ‘인터넷 주소 및 ID’나 ‘정보 없음’과 관련된 독자투고 지역 조사 결과는 국내 신문들의 독자투고에서 투고자의 물리적 장소 귀속성에 대한 중요도가 사라지고 있다는 사실을 반증한다는 것으로도 볼 수 있겠다.

2) 피드백 기능 유무에 따른 독자투고의 특성 차이

전체 분석 대상 독자투고 1002개 중 피드백 기능을 가진 독자투고는 251개, 그렇지 않은 독자투고는 751개로 피드백 기능을 가진 독자투고는 전체 투고 중 약 25%였다. 분석 기간 동안 피드백 기능을 하는 독자투고의 양은 대체로 증가했다(<그림 3> 참조). 피드백 기능 유무에 따른 독자투고 특성 차이는 앞에서 다룬 주제, 서술 형식, 투고자 직업과 거주 지역을 통해 살펴봤다. 이 중 투고자 거주 지역을 제외한 모든 항목에서 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 결과는 아래 <표 5>와 같다. 이쉽게도 연도별로 이들을 분석하기에는 개별 셀 안의 빈도수가 너무 적어 추리 통계 검증은 별도로 시도하지 않았다.



<그림 3> 연도별 피드백 기능 독자투고의 비율

독자투고 주제를 우선 살펴보면, 피드백 기능이 없는 투고의 경우는 사회(49.4%), 경제(18.4%), 기타(8.7%), 문화 및 스포츠(8.4%), 정치(7.7%), 국제(3.9%), 미디어(3.6%) 순으로 나타났다. 피드백 기능이 있는 투고의 경우, 사회(38.2%), 미디어(24.3%), 경제(13.9%), 정치(12.0%), 문화 및 스포츠(6.0%), 기타(3.2%), 국제(2.4%) 순으로 정리된다. 두 경우 모두 ‘미디어’ 항목을 제외하고는 유사한 순위를 보이고 있다. ‘신문이나 방송 등 미디어의 내용에 대한 평가 혹은 피드백이나 미디어 산업과 관련된 이슈를 다루는 경우’로 정의된 ‘미디어’ 항목은 피드백 기능이 없는 독자투고에서 가장 적게 다뤄졌지만, 피드백 기능이 있는 경우에는 두 번째로 많이 등장했다. 비록 신문 혹은 방송 중 어느 쪽에 관련된 내용인가를 더 세밀하게 구분할 필요는 있겠으나, 신문이 자신들이 속한 미디어 관련 분야에 대해서는 피드백이 있는 독자투고 내용을 더 많이 등장시킨다고 볼 수 있겠다.

피드백 기능 유무에 따른 서술형식을 보면, 피드백 기능이 있는 독자투고의 경우엔 비판(53.0%), 건의 및 제언(29.5%), 투고 답변(8.8%)이, 피드백 기능이 없는 독자투고는 비판(40.1%), 건의 및 제언(32.9%), 고발(18.2%)이 상위 3가지 항목을 차지했다. ‘비판’이나 ‘건의 및 제언’이 두 경우 모두 가장 많이 등장한 것은 피드백 유무와 상관없이 이들 항목의 전체 등장 빈도가 월등히 높았다는 연구문제 1의 탐구 결과와 무관하지 않은 것으로 보인다. 하지만 피드백 유무를 구분하지 않았을 때 등장 빈도가 7개 항목 중 6번째였던 ‘투고 답변’이 피드백이 있는 경우에 상위 3위에 포함된 것은 눈여겨 볼만하다. ‘독자의 투고 내용에 대한 답변’이라는 측면에서 어찌면 당연한 것 일수도 있으나 정부나 관련 기관들이 매체에 등장하는 기사에 적극적인 답변을 시도하고 있는 것으로 해석될 수 있기 때문이다.

마지막으로 투고자의 직업 항목의 5위까지 상위 순위를 비교해보면 ‘공무원’, ‘교원’, ‘학생’은 양쪽에서 공통적으로 많이 나타난 직업군이였다. 반면 피드백 기능이 있는 독자투고의 경우엔 ‘전문직’과 ‘주부’가, 피드백 기능이 없는 독자투고의 경우엔 ‘일반 회사원’이 상위 순위에 포함됐다. 즉 다른 직업군에 비해 전문직 독자와 주부 독자들이 투고를 통한 피드백을 활발하게 하고 있는 것으로 나타난 것이다. 특히 전문직의 피드백 투고는 보도 내용에 대해 좀 더 전문적인 평가를 제언할 수 있다는 점에서 그 역할이 중요하며, 이들의 피드백이 활발하다는 결과는 긍정적인 현상이라고 해석할 수 있겠다.

<표 5> 피드백 기능 유무에 따른 독자투고의 특성 차이

항목	피드백 기능 있음		피드백 기능 없음		
	빈도	%	빈도	%	
주제	정치	30	12.0	58	7.7
	경제	35	13.9	138	18.4
	사회	96	38.2	371	49.4
	문화 및 스포츠	15	6.0	63	8.4
	미디어	61	24.3	27	3.6
	국제	6	2.4	29	3.9
	기타	8	3.2	65	8.7
	전체	251	100.0	751	100.0
$\chi^2=113.137, df=6, p < .001$					
서술형식	건의 및 제언	74	29.5	247	32.9

서술형식	고발	2	0.8	137	18.2
	비판	133	53.0	301	40.1
	지지	14	5.6	14	1.9
	수필 및 미담	0	0.0	44	5.9
	투고답변	22	8.8	0	0.0
	기타	6	2.4	8	1.1
	전체	251	100.0	751	100.0
$\chi^2=141.325, df=6, p < .001$					
투고자 직업	피드백 기능 여부	순위	항목	빈도	%
	피드백 기능 있음	1	정보 없음	106	42.2
		2	공무원	30	12.0
		3	전문직 / 교원	20	8.0
		4	학생	18	7.2
		5	주부 / 기타	15	6.0
	피드백 없음	1	정보 없음	365	48.6
		2	학생	70	9.3
		3	일반 회사원	59	7.9
		4	공무원	51	6.8
5		교원	49	6.5	
$\chi^2=29.142, df=11, p < .005$					

5. 결론 및 함의

1997년부터 2009년까지를 분석 기간으로 해서, 조선일보, 동아일보, 한겨레 등 3개 신문에 나타난 독자투고 특성을 살펴 본 결과, 몇 가지 긍정적인 변화가 일어나고 있다는 점이 발견됐다. 우선 고발의 글은 줄어들고 건의 및 제언 형식의 글들이 증가하고 있다는 사실은 그 동안 독자투고란이 개인적인 민원성 고발의 창구로 사용되고 있다(김용길, 1994; 이경원, 1983)는 비판을 극복해 가는 동시에 구체적인 대안 마련의 장으로 기능하고 있다는 것을 보여주는 것으로 사료된다. 즉 우리나라 독자투고가 단순히 개인적인 불만이나 피해를 토로하는 공간에서 다양한 이슈에 대한 독자들의 적극적 의견이 표현되는 공간으로 변화하고 있다는 것이다.

이와 같은 대안 마련의 공론장 역할은 투고자들 중 전문가 및 사회단체 소속 인물의 비중이 높아지고 있다는 결과에 맞물리면서 그 힘을 더해 가고 있는 것으로 보인다. 선행연구는 미국 독자투고의 특징 중 하나로 전문가들의 높은 참여율을 지적하면서, 이들의 참여가 독자투고의 질적 수준을 높인다고 주장하고 있다(조명진, 2000). 독자투고란이 여론 형성을 위한 공론장으로 기능하기 위해서는 공적 이슈와 사회 현상에 대한 전문적이고 자세한 설명을 제공하는 투고들의 역할이 중요하기 때문이다. 국내 신문의 독자투고에서도 이들의 참여 비율이 높아진다는 것은 정확한 여론 형성에 도움을 줄 수 있는 심도 깊은 식견의 글이 증가하고 있을 가능성을 보여주는 것이라고 해석될 수 있겠다. 더불어 피드백 기능을 가진 독자투고의 양이 점차 증가하고 있으며, 이 피드백에 전문적 독자들이

많이 참가하고 있다는 연구 결과는 건강한 공론 마련에 전향적인 성격을 높여준다고 볼 수 있다.

또 비록 사회와 경제 등 전통적인 이슈와 관련된 독자투고가 아직까지 가장 많은 주제로 독자투고에 등장하기는 하지만, 미디어나 문화, 스포츠 등의 내용들이 점차 자리를 많이 차지하는 방향으로 진행되는 것도 공론의 다양성 확보라는 차원에서 긍정적인 신호로 해석될 수 있을 것이다.

하지만 투고자의 거주 지역이 수도권 지역에 크게 편중돼 있다는 것은 개선이 필요할 것으로 보인다. 특히 10여 년의 연구 대상 기간 동안 충청권 주민들의 독자투고 등장이 상위 5위 이내에 한 번도 들지 못했다는 것은 특정 지역 소외의 오해를 살 수도 있다. 서울에 본부를 둔 매체의 특성일 수도 있지만, 연구 대상 매체들은 전 국민을 대상으로 하는 전국지들이다. 다양한 의견 소통이라는 측면에서 특별히 제외되는 지역이 없도록 개별 신문사들은 전 국민을 아우를 수 있는 독자투고란 관련 운영 방침을 마련할 필요가 있겠다.

한편 이와 관련해, 인터넷 주소나 ID로 투고자의 정보가 정리되거나 글을 보낸 사람의 지역 정보가 없는 투고 내용에 대해서는 새로운 해석 시도가 필요할 것으로 보인다. 이와 같은 형식의 독자투고가 점점 늘어나고 있기 때문이다. 커뮤니케이션 기술의 발달로 이-메일 등을 통해 투고를 하는 경우가 증가하기 때문에 나타나는 당연한 현상이라고 볼 수도 있지만, 이를 통해 누가 소외되는지 등을 파악할 수 없는 상황이 벌어질 수 있기에 앞으로 이에 대한 고민도 병행돼야 할 것으로 보인다.

본 연구는 독자투고에 대한 국내의 학술적 논의가 부족한 상황에서 실증적 연구를 통해 독자투고란의 특성과 문제점을 확인해 본다는 차원에서 기획됐다. 특히 2000년을 전후한 10여 년간의 통시적 연구를 진행해 독자투고란이 앞으로 공적 토론의 공간으로, 또 신문과 독자 간의 의미 있는 커뮤니케이션 공간으로 기능하기 위한 발전의 토대를 제공하고자 하는 것이 목적이었다. 몇몇 현상들이 파악되면서 이와 같은 목적에 일부 부합되는 결과를 얻었을 수도 있지만, 앞서 거론한 인터넷 주소나 ID의 문제처럼 그 원인을 분석하기에는 부족한 점이 많다. 또 1997년부터 2009년까지의 기간을 3년씩 끊어 분석하면서 과장되거나 과소평가된 부분이 있을 수도 있다는 한계를 가지고 있다. 예를 들자면, 선택된 기간 중 1997년에는 IMF와 대선이, 2006년에는 지방 선거와 같은 특별한 이슈들이 있었다. 이와 같은 특별한 이슈들이 독자투고의 내용에 영향을 주었을 가능성이 있다는 것이다. 또한 같은 샘플링 방법을 사용했음에도 불구하고 조선일보의 데이터가 다른 두 신문의 2배 정도 많았기 때문에 조선일보의 변화가 전체 독자투고의 변화에 영향을 주었을 가능성도 배제할 수 없다. 이렇듯 이 연구의 결과를 그대로 해석하려면, 독자투고의 주제나 내용에 영향을 미칠 수 있었을 외적 요인들에 대한 고찰이 더 필요하다.

이와 같은 한계를 극복하기 위해서는 더 장기간의 통시적 연구가 필요하다. 또 독자투고 담당 편집자와의 인터뷰나 투고 선별 과정에 대한 참여 관찰 방법 등이 함께 진행돼야만, 투고된 내용과 보도된 내용의 관계 등을 짚어 건강한 공론 문화에 대한 제안을 충실하게 할 수 있을 것이다. 이런 시도는 또 단순한 현상 분석에만 그친 본 연구에 게이트 키퍼 등 언론 이론의 접합을 가능케 함으로써 학문적 발전의 함의를 더 깊게 만들어 줄 수 있을 것으로 보인다. 더불어 매체 환경과 독자층의 변화, 언론에 대한 기대 역할의 변화 등 독자투고의 특성에 영향을 줄 수 있는 다양한 요인들에 대한 실증적인 분석이 함께 병행된다면 더 깊은 수준의 이해가 이루어질 것으로 보인다. 비록 여러 한계점 때문에 이번 논문에 부족함이 있을 수는 있으나, 후속 연구들이 본 논문 탐구 결과의 한계점을 극복해 가는 과정에서 한국 언론을 이해하는 데 도움을 줄 수 있기를 기대한다.

Ⅰ 참고문헌

- 강신철 (2001). 『신문의 독자투고와 공론장적 성격: ‘언론개혁’에 대한 의견을 중심으로』. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 구교태 (2009. 8. 12). 독자의 숨결이 느껴지는 신문으로 거듭나야. 『매일신문』, 26.
- 김수정 (2010. 5. 14). ‘속보’는 날렸다, 이젠 ‘오피니언’이 뉴스다. 『한겨레』, 6.
- 김영희 (2009). 『한국사회의 미디어 출현과 수용』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김용길 (1994). 『한국 신문 독자면 현황에 대한 고찰: 90년대 이후 4대 일간지 중심』. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김중하 (2000). 독자는 신문의 리트머스 시험지. 『저널리즘 비평』, 31호, 41~46.
- 박용규 · 정연규 · 유선영 · 문철수 (1996). 100년 전 이미 독자투고 게재. 『신문과 방송』, 4월호, 14~21.
- 박용범 (2010. 9. 14). 한국의 신문사랑...1000명당 발행부수 日 이어 G20 중 2위. 『매일경제신문』, A35.
- 박진우 (2004). 프랑스 신문의 지면 구성과 편집경향. 『저널리즘 평론』, 2호, 189~211.
- 송용희 (2004). 한국 지면 운영 분석. 『저널리즘 평론』, 2호, 15~69.
- 오태진 (1988). 독자란: 미국의 경우, 『신문과 방송』, 9월호, 53~55.
- 우병동 · 임양준 (2006). 중앙일간지와 지방일간지의 독자투고 비교 연구: 조선일보, 한겨레, 광주일보, 무등일보를 중심으로. 『한국언론학보』, 50권 4호, 153~174.
- 유제철 (2001). 『한국 신문 독자투고란에 관한 연구』. 광주대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유종현 (1998). 오피니언 페이지에 오피니언이 없다: 변화하는 오피니언 페이지. 『신문과 방송』, 12월호, 87~89.
- 윤숙희 (1995). 『한국 신문 독자투고란의 성격에 관한 연구: 1960년-1993년』. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이건호 (2006). 한국 인터넷 매체들의 상호 의제 설정 효과. 『한국언론학보』, 50권 4호, 200~227.
- 이경원 (1982). 『한국에 있어서의 악세스퀀에 대한 연구』. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이동신 (1991). 독자란에 나타난 의식구조: 6월 1~15일 조선 동아 한국 한겨레신문 독자란 분석. 『신문과 방송』, 7월호, 18~25.
- 이은희 (1994). 『한국 신문의 독자란에 관한 연구: 독자란 구성의 현실과 각 신문 독자란 내용 분석을 중심으로』. 서강대학교 대학원 석사학위 논문.
- 임영주 외 (2003). 『기자가 말하는 기자』. 서울: 부키.
- 정상현 (1988). 독자란: 제작자의 입장 1. 『신문과 방송』, 9월호, 46~49.
- 정태철 (1999). 『미국신문연구』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 정형수 (1979). 독자투고의 현상학. 『신문연구』, 봄호, 311~335.
- 조명진 (2000). 『한국과 미국 신문의 독자투고란 연구』. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조선일보사 편집부 (2003). 조선일보 100% 활용하기. 조선일보사.
- 조정진 (1993). 독자란의 의미와 현상학. 『저널리즘 비평』, 9호, 37~48.
- 채백 (2006). 『독립신문연구』. 서울: 한나래.
- 팽원순 (1979). 엑세스퀀. 『신문과 방송』, 2월호, 32~39.
- 한국일보사사 편찬위원회 (1974). 『한국일보 20년』. 한국일보사.
- 황종택 (2002). 『국내 일간지 독자투고란의 형식과 내용 및 참여자에 관한 연구』. 고려대학교 대학원 석사학위 논문.
- 홍기선 (1997). 『커뮤니케이션론』. 서울: 나남.

- Barron J. A. (1967). Access to the Press: A New First Amendment Right. *Harvard Law Review*, 80, 1641~1678.
- Daniel, C. (1969). Right of Access and Reply, In Emery, M. C. & Smythe, T. C. (Eds.). *Reading in Mass Communication: Concept and Issues in the Mass Media*. Iowa: Wm. C. Brown Company Publishers.
- Ciflo, A. & Traverso, K. (1994). Does the Op-ed pages Have a chance to Become a Public Forum? *Newspaper Research Journal*, 15, Fall, 51~61.
- Davis, H. & Rarick, G. (1964). Function of Editorials and letters to the editor. *Journalism Quarterly*, 41, 108~109.
- Forsythe, S. (1950). An Exploratory study of letters to the editor and their contributor. *Public Opinion*, 14, 143~144.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. New York: Vintage Books.
- Grey, D. L. & Brown, T. R. (1970). Letters to the editor: Hazy reflection of Public Opinion. *Journalism Quarterly*, 47, 450~456.
- Hynds, E. C. (1992). Editorial pages Editors Discuss Use of Letters. *Newspaper Research Journal*. winter/spring, 124~136.
- Raymaeckers, K. (2005). Letters to the Editor: A Feedback Opportunity Turned into a Marketing Tool An Account of Selection and Editing Practices in the Flemish Daily Press. *European Journal of Communication* June, 20(2), 199~221.
- Renfro, P. C. (1979). Bias in Selection of Letters to the editor. *Journalism Quarterly*, 5, 822~826.
- Richardson, J. E. & Franklin, B. (2004). Letters of Intent: Election Campaigning and Orchestrated Public Debate in Local Newspaper's Letters to the Editor. *Political Communication*, 21, 459~478.
- Riff, D., Lacy, s. & Fico, F. G. (1998). *Analyzing Media Messages Using Quantitative Content Analysis In Research*. London: Lawrence Erlbaum associates, Publishers.
- Roberts, D. F., Sikorski, L. A., & Pasisley, W. J. (1969). Letters in mass Magazines as 'outcroppings' of Public Concern. *Journalism Quarterly*, 46, 743~752.
- Rosen, J. (1993). *Community connectedness, Community connectedness Passwords for Public Journalism, The Poynterpapers: No.3*, St. Petersburg, Florida: The Poynter Institute for Media Studies.
- Rosenthal, I. (1969). Who writes the Letters to the editor. *Saturday Review*, sept. 13, 114~116.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. N.Y.: Longman.
- Syngletary, M. (1975). How Public perceives Letters to the editor. *Journalism Quarterly*, 42, 464~465, 510.
- Tarrant, W. D. (1957). Who writes Letters to the Editor. *Journalism Quarterly*, 34, 501~502.
- Tuchman, G. (1980). *Making News*. New York: The Free Press.
- Vacin, G. L. (1965). A Study of letter writers. *Journalism Quarterly*, 42, 464~465.
- Wahi-Jorgensen, K. (2001). Letters to the editor as a Forum for Public Deliberation: Modes of Publicity and Democratic Debate. *Critical Studies in Mass Communication*, 18, 303~320.
- Wahi-Jorgensen, K. (2002). Understanding the Condition for Public Discourse: Four rules for Selecting letters to the editor. *Journalism Studies*, 3, 69~81.
- White, D. M. (1950). The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 11, 383~396.

(투고일자: 2011.5.20, 수정일자: 2011.7.17, 게재확정일자: 2011.7.27)

ABSTRACT

A Study on Characteristics of Letters-to-the-editor in Korean Newspapers: Content Analysis of Chosun Ilbo, Dong-a Ilbo, Hankyoreh, 1997-2009

Ah Ra Cho* · Gunho Lee**

This study analyzed the contents of letters-to-the-editor and the characteristics of the letters' writers, featured in three major newspapers, Chosun Ilbo, Dong-a Ilbo and Hankyoreh, in Korea from 1997 to 2009. Additionally, based on whether the letters contained the feedback function or not, it scrutinized the attributes of the letters-to-the-editor. The results indicated that the role of letters-to-the-editor has changed from a space for showing merely personal dissatisfactions or complaints into a space for expressing the reader's opinions about various issues. The study also showed that the proportion of writers who have specialized jobs and are members of civic groups steadily increased. It seems to tell that the quality of the letters was improved accordingly, because they could give in-depth opinions about the matters in which the society were interested. The feedback function of the letters was also gradually more activated for those years, and it could be thought as another evidence supporting the quality improvement of the letters, which were supposed to form the healthful public opinion. However, the writers' residential districts are heavily concentrated on the region surrounding Seoul, the capital of Korea. The study suggested that the newspapers should develop tools to overcome such defects.

Keywords: Feedback, Letters-to-the-editor, Opinion Page, Public Opinion, Right of Access

* Master Division of Media Studies, Ewha Womans University

** Assistant Professor Division of Media Studies, Ewha Womans University